

GAYA HIDUP PENGGUNA MUSLIM  
DALAM MEMILIH PERBANKAN SYARIAH  
DI BANDA ACEH, INDONESIA

AHMAD NIZAM

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA  
2016

**GAYA HIDUP PENGGUNA MUSLIM  
DALAM MEMILIH PERBANKAN SYARIAH  
DI BANDA ACEH, INDONESIA**

oleh

**AHMAD NIZAM**

Tesis yang diserahkan untuk memenuhi  
sebahagian keperluan bagi  
Ijazah Doktor Falsafah

**Ogos 2016**

## **PENGHARGAAN**

Dengan rahmat Allah SWT dan rasa syukur kepada Allah SWT kerana telah diberi kekuatan untuk penulisan tesis ini. Kejayaan penulis dalam menyiapkan tesis ini merupakan kejayaan bersama. Kerjasama dan input daripada pelbagai pihak telah memungkinkan tesis ini berjaya disiapkan.

Pada kesempatan ini, saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bantuan dan sokongan sama ada secara langsung ataupun tidak langsung sehingga tesis ini berjaya disiapkan. Saya mohon berbanyak-banyak maaf kerana tidak dapat menyenaraikan semua nama-nama mereka terlibat. Sungguhpun begitu, terdapat beberapa pihak yang telah banyak mengorbankan usaha dan masa walaupun sentiasa berada dalam kesibukan yang patut dinyatakan di sini.

Penyelidik dedikasikan tesis ini buat isteri tercinta Ir Suraiya Usman, MM dan anak-anak tersayang, iaitu Ratu Fathin Raniya dan Ratu Faghira Raniya yang telah banyak terkorban ekonomi dan keuangan, bersabar dan senantiasa bersama di waktu kesibukan dan kesukaran, di waktu susah dan senang yang dihadapi oleh suami dan ayah sepanjang proses menyiapkan tesis ini. Tesis ini juga didedikasikan buat ayahanda H Syamsunan Mahmud, SE dan ayahanda Alm H Usman Husen serta Ibunda Hj Zubaidah Usman dan Hj Nurisah yang sentiasa menjadi pendorong untuk kesuksesan ananda, dan seluruh abang ipar, kakak ipar, dan adik ipar daripada keluarga Alm H Usman Husen Lampineng serta adinda Hj Widya Fitri.

Sekalung penghargaan tak terhingga kepada kedua-dua penyelia saya iaitu Profesor Madya Dr Zakaria Bahari dan Profesor Madya Dr Noorzarina yang telah memberi dorongan, bimbingan dan tunjuk ajar sepanjang kajian ini dijalankan. Kesediaan mereka untuk meluangkan tenaga dan masa dalam memberi nasihat, mengemukakan cadangan, menyemak dan membetulkan kesilapan hanya kepada Allah SWT sahajalah saya memohon agar diberi ganjaran yang sebaik-baiknya.

Pertamanya, Profesor Muhammad Syukri Salleh (Pengarah Centre For Islamic Development Studies (ISDEV) Universiti Sains Malaysia (USM) dan Dr Fadzila Azni Ahmad (Timbalan Pengarah Centre For Islamic Development Studies (ISDEV) Universiti Sains Malaysia (USM) di atas bimbingan, didikan dan tunjuk ajar yang diberikan sehingga saya dapat berjaya dan terhasilnya tesis ini.

Keduanya, Begitu juga kepada semua pensyarah di Centre For Islamic Development Studies (ISDEV) Universiti Sains Malaysia (USM), utamanya Dr Mohd Shukri Hanapi yang sering menjadi tempat rujukan saya. Kepada Dr Zahri Hamat, Dr Mohamad Zaini Abu Bakar, Dr Abdul Fatah Che Hamat dari Pusat Pengajian Sains Kemasyarakatan USM. Tidak lupa kepada Dr Wan Norhaniza Wan Hasan, Dr Shahir Akram Hassan, Dr Mohd Syakir Mohd Rosdi dan Dr Azrin Ibrahim. Komitmen yang telah diberikan oleh mereka juga adalah amat dihargai, berserta seluruh staf dan sahabat-sahabat dari Centre For Islamic Development Studies (ISDEV) Universiti Sains Malaysia (USM).

Ketiga, ucapan terima kasih juga diucapkan kepada para pakar yang telah membantu saya dalam penyelidikan ini iaitu Dato Profesor Ishak Ismail (mantan Dekan Pusat Pengajian Pengurusan, Universiti Sains Malaysia), Profesor Dr Syahrizal Abbas, M.A (Ketua Pengarah Syariat Islam Aceh), Tgk H Gazali Mohd Syam (Mufti Aceh), Profesor Dr Muslim Ibrahim (Timbalan Mufti Aceh), Dr Moch Fajarul Falah, MA (Pensyarah kanan Universitas Islam Negeri Ar Raniry), Dr H Asyhari, MM (Pengarah Fakulti Ekonomi/Pensyarah Kanan Ilmu Pemasaran dan Gaya Hidup Muslim, Universitas Islam Sultan Agung Semarang Jawa Tengah), Akhyar Subhan (Pengarah Bank Rakyat Indonesia Syari'ah).

Begitu juga jutaan untaian terima kasih kepada Dr Aliasudin, MSc (Timbalan Dekan FEB Unsyiah Banda Aceh/Pensyarah Kanan Statistika dan Ekonometrika FEB Unsyiah Banda Aceh), Prof Dr A Rahman Lubis, Msc, (Ketua Pengarah Program Doktor Ilmu Manajemen/Profesor Marketing FEB Unsyiah Banda Aceh), Profesor Dr Jasman J Makruf, MBA (Rektor Universiti Teuku Umar Meulaboh-Aceh/Profesor marketing dan gelagat pengguna FEB-Unsyiah Banda aceh), Profesor Dr Nasir Aziz, MBA (Profesor Marketing FEB-Unsyiah/Staf Ahli Menteri Kewangan Republik Indonesia), Dr H Didiek Ahmad Supadie, MM (Pengarah Fakulti Ekonomi/Pensyarah Kanan Ilmu Pemasaran dan Gelagat Pengguna Muslim Universitas Islam Sultan Agung Semarang Jawa Tengah, Profesor Madya Dr Muslim Amin (Pensyarah kanan pada King Saud University Arab Saudi) dan Profesor Madya Dr Ahmad Azrin Adnan (Unisza-Terengganu-Malaysia) yang telah sudi memberikan tunjuk ajar, pelbagai idea, pendapat dan arahan dalam proses penulisan tesis ini.

Istimewa juga, untaian terima kasih kepada Profesor Dr Samsul Rizal, M.Eng (Rektor Universitas Syiahkuala Banda Aceh) dan Dr Mirza Tabrani, MBA (Dekan FEB Unsyiah Banda Aceh/Pensyarah Kanan Marketing dan Gelagat Pengguna FEB Unsyiah Banda Aceh), Pemerintah Aceh dan Keluarga Pemilik PT Citra Gunung Mas (CGM) Banda Aceh yang telah memberikan beasiswa dan sokongan penuh kepada penyelidik untuk menyelesaikan studi lanjutan di Universiti Sains Malaysia (USM).

Keempat, sekalung budi kepada sahabat-sahabat dan rakan-rakan seperjuangan di Poros Belakang Manajemen FEB Unsyiah Aceh, seluruh staf pengajar EKM-FEB Unsyiah dan staf akademik jurusan EKM-FEB, Dr H Nadirsyah, Dr Hj Mirna Indriani, Dr Hj Perrmana Honeyta Lubis, Dr Hj Nurdasila Darsono, Ibu Syarifah Rahmawati, Bapak Chairil Anwar dan Bapak M Ridha Siregar (Poros ABG EKM), PT Bank Aceh, Asosiasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (AFEBI) Indonesia, Asosiasi Program Studi Manajemen dan Bisnis Indonesia (APSMBI-AFEBI), KADIN Aceh, Centre For Islamic Development Studies (ISDEV) Universiti Sains Malaysia (USM) dan IPA-ISDEV Aceh, iaitu Dr H M Yasir Yusuf, Dr Mulya Saputra, Dr T Meldi Keusuma, Bapak Agustyarsyah, Bapak Ridwan Nurdin, Bapak Alamsyah Alwy, Ustadz Surya Darma dan seluruh teman-teman dibawah kumpulan penyeliaan Profesor Madya Dr. Zakaria Bahari dan lain-lain yang tidak mungkin saya sebutkan satu-persatu yang sering mengambil berat dan memberikan semangat selama proses menyiapkan tesis ini. Semoga Allah SWT kekalkan *ukhuwwah* antara kita.

Ahmad Nizam  
Pusat Pengajian Sain Kemasyarakatan  
Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam (ISDEV)  
Universiti Sains Malaysia

## **SENARAI KANDUNGAN**

	<b>Halaman</b>
<b>PENGHARGAAN</b>	ii
<b>SENARAI KANDUNGAN</b>	vi
<b>SENARAI JADUAL</b>	xi
<b>SENARAI RAJAH</b>	xiv
<b>SENARAI SINGKATAN</b>	xv
<b>TRANSLITERASI</b>	xvi
<b>ABSTRAK</b>	xvii
<b>ABSTRACT</b>	xix
<b>BAB 1 – PENDAHULUAN</b>	
1.1 Pengenalan	1
1.2 Latar Belakang	1
1.3 Pernyataan Masalah	11
1.4 Objektif Kajian	17
1.5 Persoalan Kajian	18
1.6 Definisi Operasional	19
1.6.1 Gaya Hidup Pengguna	20
1.6.2 Pengguna Muslim	22
1.6.3 Gaya Hidup Pengguna Muslim	22
1.6.4 Persepsi	24
1.7 Skop Dan Batasan Kajian	25
1.8 Kepentingan Kajian	27
1.9 Sumbangan Kajian	28
1.10 Organisasi Tesis	29
1.11 Kesimpulan	30

## **BAB 2 – SOROTAN KARYA**

2.1	Pengenalan	31
2.2	Kajian Lepas	32
2.2.1	Kajian Gaya Hidup Pengguna	32
2.2.2	Kajian Gaya Hidup Pengguna Muslim	39
2.3	Analisis Kajian-Kajian Lepas	47
2.4	Sorotan Karya	49
2.4.1	Gelagat Pengguna	49
2.4.2	Prinsip-Prinsip Gaya Hidup Pengguna Muslim	52
2.4.2(a)	Prinsip Akidah	54
2.4.2(b)	Prinsip Syariah	65
2.4.2(c)	Prinsip Akhlak	71
2.4.3	Kriteria Gaya Hidup Pengguna Muslim Perbankan Syariah	76
2.4.3(a)	Niat dalam Kepenggunaan	76
2.4.3(b)	Pemilihan Produk yang Baik, Suci dan Halal	80
2.4.3(c)	<i>Maslahat</i> dalam Penggunaan	84
2.4.3(d)	Teladan dalam Penggunaan	90
2.4.3(e)	Bijak dalam Kepenggunaan	93
2.5	Analisis Sorotan Karya	101
2.6	Kerangka Konseptual Kajian	101
2.7	Rumusan	103
2.8	Kesimpulan	104

## **BAB 3 – KAEDAH PENYELIDIKAN**

3.1	Pengenalan	106
3.2	Reka Bentuk Kajian	106
3.2.1	Tatacara Kajian	107
3.2.2	Kajian Teoretikal	110
3.2.2	Kajian Empirikal	111
3.3	Kaedah Pengumpulan Data	113
3.3.1	Data Primer	113



3.3.1(a)	Pensampelan	113
3.3.1(a)(i)	Justifikasi Pemilihan Banda Aceh Sebagai Lokasi Kajian	116
3.3.1(a)(ii)	Institusi Perbankan Syariah	118
3.3.1(b)	Instrumen Kajian	120
3.3.1(b)(i)	Soal Selidik Profil Responden	120
3.3.1(b)(ii)	Temu Bual Kelompok Pakar	120
3.3.1(c)	Kajian Rintis	122
3.3.1(c)(i)	Kesahan ( <i>Validity</i> ) Soal Selidik	123
3.3.1(c)(ii)	Kebolehpercayaan ( <i>Realibility</i> ) Soal Selidik	127
3.3.2	Data Sekunder	129
3.4	Kaedah Penganalisan Data	130
3.4.1	Penganalisan Data Sekunder	130
3.4.2	Penganalisan Data Primer	131
3.5	Kesimpulan	134

#### **BAB 4 - KRITERIA-KRITERIA GAYA HIDUP PENGGUNA MUSLIM DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

4.1	Pengenalan	135
4.2	Gaya Hidup Pengguna Muslim	139
4.2.1	Hubungan Gaya Hidup Pengguna Muslim dengan Allah SWT	139
4.2.2	Hubungan Gaya Hidup Pengguna Muslim dengan Sesama Manusia	142
4.2.3	Hubungan Gaya Hidup Pengguna Muslim dengan Alam Sekitar	145
4.3	Kriteria-Kriteria Gaya Hidup Dalam Perspektif Islam	154
4.3.1	Niat Dalam Kepenggunaan	158
4.3.2	Pemilihan Produk yang Baik, Suci dan Halal	161
4.3.3	<i>Maslahat</i> dalam Kepenggunaan	162
4.3.4	Teladan dalam Penggunaan	164
4.3.5	Bijak dalam Kepenggunaan	164
4.4	Analisis Kumpulan Pakar Terhadap Kriteria-Kriteria Gaya Hidup	173

4.4.1	Niat Dalam Kepenggunaan	174
4.4.2	Pemilihan Produk yang Baik, Suci dan Halal	177
4.4.3	<i>Maslahat</i> dalam Kepenggunaan	179
4.4.4	Teladan dalam Penggunaan	182
4.4.5	Bijak dalam Kepenggunaan	185
4.5	Rumusan Analisis Pandangan Pakar	187
4.6	Kesimpulan	190

## **BAB 5 – ANALISIS PERSEPSI GAYA HIDUP PENGGUNA MUSLIM PERBANKAN SYARIAH DI BANDA ACEH**

5.1	Pengenalan	192
5.2	Profil Responden	192
5.3	Tahap Persepsi Gaya Hidup Pengguna Muslim Perbankan Syariah Di Banda Aceh	198
5.4	Tahap Persepsi Responden Terhadap Niat (Motif) Dalam Penggunaan	204
5.5	Tahap Persepsi Responden Terhadap Pemilihan Produk Yang Baik, Suci Dan Halal	205
5.6	Tahap Persepsi Responden Terhadap <i>Maslahat</i> Dalam Penggunaan	207
5.7	Tahap Persepsi Responden Terhadap Teladan Dalam Penggunaan	208
5.8	Tahap Persepsi Responden Terhadap Bijak Dalam Penggunaan	209
5.9	Analisis Statistik Inferens	211
5.9.1	Analisis Kenormalan Taburan Data	211
5.10	Analisis Perbezaan	214
5.10.1	Perbezaan Persepsi Gaya Hidup Pengguna Muslim Perbankan Syariah Berasaskan Jantina	215
5.10.2	Perbezaan Persepsi Gaya Hidup Pengguna Muslim Perbankan Syariah Berasaskan Umur	215
5.10.3	Perbezaan Persepsi Gaya Hidup Pengguna Perbankan Syariah Berasaskan Tahap Pendidikan Terakhir	217
5.10.4	Perbezaan Persepsi Gaya Hidup Pengguna Muslim Perbankan Syariah Berasaskan Pekerjaan	218
5.10.5	Perbezaan Persepsi Gaya Hidup Pengguna Muslim Perbankan Syariah Berasaskan Pendapatan	220

5.11	Analisis Faktor	221
5.11.1	Ujian Kesahan Dan Keputusan Analisis Kekuatan Hubungan Kriteria-Kriteria Gaya Hidup Pengguna Muslim Perbankan Syariah	222
5.11.2	Hasil Ujian Kebolehpercayaan	229
5.12	Kesimpulan	231

## **BAB 6 – PENUTUP**

6.1	Pengenalan	233
6.2	Hasil Penemuan Utama dan Rumusan Kajian	233
6.3	Implikasi dan Cadangan Dasar	240
6.3.1	Implikasi Teoretikal	240
6.3.1(a)	Sumbangan Kajian Teoretikal	240
6.3.1(b)	Sumbangan Kajian Empirikal	242
6.3.2	Implikasi Praktikal	242
6.3.2(a)	Implikasi Kriteria-Kriteria Gaya Hidup Pengguna Muslim Terhadap Pengurusan Perbankan Syariah	242
6.3.2(b)	Implikasi Kriteria-Kriteria Gaya Hidup Pengguna Terhadap Pendidikan Kepenggunaan	243
6.4	Sumbangan Kajian	244
6.5	Cadangan Kajian Masa Hadapan	245
6.6	Kesimpulan	246

<b>BIBLIOGRAFI</b>	248
--------------------	-----

<b>LAMPIRAN</b>	260
-----------------	-----

## SENARAI JADUAL

	Halaman
Jadual 1.1 Perbandingan Perkembangan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional	5
Jadual 1.2 Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia	6
Jadual 1.3 Perkembangan Aset Perbankan Syariah di Indonesia	7
Jadual 1.4 Perkembangan Perbankan Syariah di Aceh Berbanding Beberapa Negeri Hingga Jun 2014	8
Jadual 1.5 Ringkasan Objektif dan Persoalan Kajian	19
Jadual 2.1 Dimensi Gaya Hidup	34
Jadual 2.2 Hubungan Prinsip-prinsip, Kriteria-kriteria dan Item-item Gaya Hidup Pengguna Muslim	97
Jadual 3.1 Senarai Ahli Kumpulan Pakar	115
Jadual 3.2 Pengesahan Pakar Terhadap Soalan-Soalan Dalam Soal Selidik Gaya Hidup Pengguna Muslim diperbankan Syariah	125
Jadual 3.3 Nilai Pekali <i>Cronbach Alpha</i> Bagi Setiap Kriteria Gaya Hidup Pengguna Muslim Yang Memilih Perbankan Syariah	129
Jadual 3.4 Objektif, Persoalan Kajian, Pengumpulan Data dan Kaedah Analisis Data	133
Jadual 4.1 Hubungan Antara Kriteria, Item, dan Prinsip Gaya Hidup Pengguna Muslim	169
Jadual 4.2 Niat Dalam Kepenggunaan	175
Jadual 4.3 Pemilihan Produk yang Baik, Suci dan Halal	178
Jadual 4.4 <i>Maslahat</i> Dalam Kepenggunaan	180
Jadual 4.5 Teladan Dalam Kepenggunaan	182
Jadual 4.6 Bijak Dalam Kepenggunaan	185
Jadual 4.7 Kriteria dan Item Gaya Hidup Pengguna Muslim Sebelum dan Selepas Pengesahan Pakar	188

Jadual 5.1	Profil Responden	193
Jadual 5.2	Tahap Persepsi Gaya Hidup Pengguna Muslim Perbankan Syariah	199
Jadual 5.3	Min, Sisihan Piawai dan Pemeringkatan Item-Item Bagi Setiap Kriteria Penentu	199
Jadual 5.4	Pemeringkatan Kriteria Penentu Gaya Hidup Pengguna Muslim Perbankan Syariah	202
Jadual 5.5	Tahap Persepsi Responden Terhadap Niat Dalam Penggunaan	204
Jadual 5.6	Tahap Persepsi Responden Terhadap Pemilihan Produk yang Baik, Suci dan Halal	206
Jadual 5.7	Tahap Persepsi Responden Terhadap <i>Maslahat</i> Dalam Penggunaan	207
Jadual 5.8	Tahap Persepsi Responden Terhadap Teladan Dalam Penggunaan	208
Jadual 5.9	Tahap Persepsi Responden Terhadap Bijak Dalam Penggunaan	209
Jadual 5.10	Uji Normaliti	213
Jadual 5.11	Ujian-t Sample Bebas bagi Persepsi Pengguna Perbankan Syariah Berasaskan Jantina	215
Jadual 5.12	Ujian ANOVA Sehala Bagi Persepsi Pengguna Perbankan Syariah Berasaskan Umur	216
Jadual 5.13	<i>Post-Hoc Tukey HSD</i> : Sehala Bagi Persepsi Pengguna Perbankan Syariah Berasaskan Umur	217
Jadual 5.14	Ujian ANOVA Sehala Bagi Persepsi Pengguna Perbankan Syariah Berasaskan Tahap Pendidikan Terakhir	218
Jadual 5.15	Ujian ANOVA Sehala Bagi Persepsi Pengguna Perbankan Syariah Berasaskan Pekerjaan	219
Jadual 5.16	<i>Post-Hoc Tukey HSD</i> : Sehala Bagi Persepsi Pengguna Perbankan Syariah dengan Pekerjaan	219
Jadual 5.17	Ujian ANOVA Sehala Bagi Persepsi Pengguna Perbankan Syariah Berasaskan Pendapatan	220

Jadual 5.18	<i>Post-Hoc Tukey HSD: Sehalah Bagi Persepsi Pengguna Perbankan Syariah dengan Berpendapatan</i>	221
Jadual 5.19	Item dan Kriteria	223
Jadual 5.20	Ujian KMO dan <i>Bartlett Test of Sphericity</i>	224
Jadual 5.21	Ujian <i>Total Variance Explained</i>	224
Jadual 5.22	Ujian <i>Rotated Component Matrix</i>	226
Jadual 5.23	Pemeringkasan Item-item Berdasarkan <i>Rotated Component Matrix</i>	228
Jadual 5.24	Uji <i>Component Transformation Matrix</i>	229
Jadual 5.25	Min. Sisihan Piawai dan <i>Cronbach Alpha</i>	230

## SENARAI RAJAH

		<b>Halaman</b>
Rajah 2.1	Kerangka Kerja Gaya Hidup Pengguna Muslim Berasaskan Tasawwur Islam Dengan Prinsip Gaya Hidup Pengguna Muslim Perbankan Syariah	75
Rajah 2.2	Kerangka Konseptual Kajian	102
Rajah 3.1	Ringkasan Langkah Operasional Kajian	109
Rajah 4.1	Kerangka Konseptual Gaya Hidup Pengguna Muslim	172
Rajah 5.1	Histogram Bagi Data Pemilihan Perbankan Syariah	212
Rajah 5.2	Normal Q-Q Plot Gaya Hidup Pengguna Muslim Perbankan Syariah	198
Rajah 5.3	Graf Nilai Eigen Bagi Setiap Item	225

## SENARAI SINGKATAN

a.s.	<i>Alayh al-Salam</i>
BPRS	Bank Perkreditan Rakyat Syariah
BUS	Bank Umum Syariah
r.a.	<i>Radiya Allah anh</i>
SAW	<i>Salla Allah 'alayh wa Sallam</i>
SWT	<i>Subhanah wa Ta ala</i>
UUS	Unit Usaha Syariah
OJK	Otoritas Jasa Keuangan
DPK	Dana Pihak Ketiga
BI	Bank Indonesia
AIO	<i>Activity, Interest, Opinion</i>



## TRANSLITERASI

Huruf Rumi	Huruf Arab	Huruf Rumi	Huruf Arab
t	ط	-	ا
z	ظ	b	ب
‘	ع	t	ت
Gh	غ	th	ث
F	ف	j	ج
Q	ق	h	ح
K	ك	kh	خ
L	ل	d	د
M	م	dh	ذ
N	ن	r	ر
W	و	z	ز
H	هـ	s	س
’	ء	sy	ش
Y	ي	ş	ص
ah*	ة	ḍ	ض

\*Ditransliterasikan sebagai ‘at’ dalam konteks gabungan dua perkataan

Pendek		Panjang		Diftong	
a	َ	Ā	آ	ay	أَيَّ
i	ِ	Ī	إِي	aw	أَوْ
u	ُ	Ū	أُو		

Sumber: Pedoman Transliterasi Huruf Arab Ke Rumi, Dewan Bahasa dan Pustaka, 2016.

Dewan Bahasa dan Pustaka. (2016). *Kamus Dewan*. Didapatkan Ogos 08, 2016, daripada Pusat Rujukan Persuratan Melayu: <http://prpm.dbp.gov.my>

# **GAYA HIDUP PENGGUNA MUSLIM DALAM MEMILIH PERBANKAN SYARIAH DI BANDA ACEH-INDONESIA**

## **ABSTRAK**

Gaya hidup merupakan bahagian daripada gelagat pengguna dalam pemasaran. Perbincangan mengenai konsep gaya hidup pengguna selalunya tertumpu pada pandangan yang diamalkan pada norma, budaya dan keyakinan masyarakat utamanya berasaskan pendekatan barat. Hal ini menjadi masalah ketika konsep gaya hidup pengguna berasaskan pendekatan barat tersebut diamalkan pada pengguna Muslim dan pengguna Muslim perbankan syariah yang tasawur dan epistemologinya sepenuhnya berasaskan Islam. Gaya hidup pengguna Muslim menurut Islam merupakan satu jalan keluar untuk mengurangkan permasalahan tersebut. Oleh itu, kajian ini berobjektifkan kepada tiga perkara. Pertama, mengenal pasti konsep gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah. Kedua, membentuk kriteria-kriteria gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah. Ketiga, menganalisis persepsi gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah di Banda Aceh berdasarkan kriteria-kriteria gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah. Kajian ini dibahagi kepada dua fasa. Fasa pertama bersifat teoretikal dan berbentuk kajian perpustakaan. Ia melibatkan temu bual dengan sekumpulan pakar terhadap ketepatan konsep, kriteria dan item gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah serta menggunakan analisis kandungan. Fasa kedua, ia bersifat empirikal berbentuk kajian survei dengan membabitkan 450 responden di Banda Aceh sebagai sampel kajian. Dapatan hasil kajian di fasa pertama menunjukkan walaupun ayat al-Quran dan al-Hadis tidak langsung

menjelaskan tentang konsep gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah akan tetapi kriteria-kriteria gaya hidup pengguna Muslim boleh dibentuk daripada kewajiban individu dalam kehidupan sosial.. Daripada tiga prinsip asas iaitu aqidah, syariah dan akhlak. Dari dibentuk lima kriteria dan 31 item sebagai instrumen bagi mengukur gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah. Lima kriteria tersebut adalah niat dalam penggunaan, produk yang baik, suci dan halal, *maslahat* dalam penggunaan, teladan dalam penggunaan dan bijak dalam penggunaan. Adapun dapatan empirikal menjelaskan persepsi responden perbankan syariah terhadap kriteria gaya hidup pengguna Muslim. Hampir semua kriteria penentu mencatatkan min yang tinggi, iaitu niat dalam penggunaan ( $M=3.94$ ,  $SD=0.60$ ), pemilihan produk yang baik, suci dan halal ( $M=4.27$ ,  $SD=0.58$ ), *maslahat* dalam penggunaan ( $M=4.10$ ,  $SD=0.54$ ), teladan dalam penggunaan ( $M=3.90$ ,  $SD=0.60$ ) dan bijak dalam penggunaan ( $M=3.84$ ,  $SD=0.60$ ). Daripada dapatan perbezaan mengikut faktor demografi mendapati skor min dan sisihan piawai bagi lelaki ( $M = 19.97$ ,  $SD = 1.12$ ) dan perempuan ( $M = 20.21$ ,  $SD = 1.32$ ). Daripada hasil analisis faktor didapati rumusan awal lima kriteria dan 26 item, hanya 14 item saja yang boleh dijadikan ukuran untuk mengukur dengan empat kriteria utama yang mengikuti. Empat kriteria utama menjadi pembentuk gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah iaitu kriteria niat dalam penggunaan (30.51%), kriteria teladan dalam penggunaan (16.27%), kriteria bijak dalam penggunaan (11.43%) dan kriteria *maslahat* dalam penggunaan (10.46%). Hasil kajian ini menjelaskan bahawa pengguna Muslim telah memberikan respon serta kesan positif terhadap kriteria gaya hidup pengguna Muslim sehingga kriteria dan item tersebut boleh digunapakai sebagai alat pengukuran gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah.

**MUSLIM CONSUMER LIFESTYLE**  
**IN SELECTING SHARIAH BANKING IN BANDA ACEH, INDONESIA**

**ABSTRACT**

Lifestyle is part of consumer behavior in marketing. The discussions on the concept of consumer lifestyle often focused on the views practiced on the norms, cultures, and beliefs of society based on Western approach. This has become a problem when this concept is used in studies involving Muslim societies. Islamic lifestyle concept is based on Islamic *tasawur* and epistemology. Muslim consumer lifestyle is one way to reduce the problem. There are three objectives to be achieved in the study. The first objective is to identify the concept of Muslim consumer lifestyle in *shariah* banking. Second, the objective is to establish criteria for Muslim consumer lifestyle in *shariah* banking. The third objective is to analyze the perception of Muslim consumer lifestyle in *shariah* banking in Banda Aceh based on the criteria identified. The study is divided into two phases. The first phase is theoretical in the form of library research. It involves interviews with a group of experts on the accuracy of concept, criteria, and items of Muslim consumer lifestyle in *shariah* banking by using content analysis. The second phase is an empirical study which involves a survey of 450 respondents in Banda Aceh as a sample of the study. The findings of the first phase showed that though al-Quran and al-Hadis do not directly explain the concept of Muslim consumer lifestyle in *shariah* banking, however, there are many verses and Hadis stated about the obligation of the individual in social life. The three forms of the relationship are rooted in the fundamental principles such as *aqidah*, *syariah*, and *akhlaq*. From the three principles,

five criteria and 31 items are developed as instruments to measure the Muslim consumer lifestyles in *shariah* banking. The five criteria are the intention in consumption; the good product, pure and clean; benefits in consumption; exemplary and smart in consumption. The findings of the second phase of the study is to answer the research questions on respondents' perceptions on the criteria of Muslim consumer lifestyle in *shariah* banking in Banda Aceh, Indonesia show nearly all the determinant criteria have recorded the high means such as intention in consumption ( $M = 3.94$ ,  $SD = 0.60$ ); selection of the good product, pure and *Halal* ( $M = 4.27$ ,  $SD = 0.58$ ); benefit in consumption ( $M = 4.10$ ,  $SD = 0.54$ ); exemplary in consumption ( $M = 3.90$ ,  $SD = 0.60$ ) and smart in consumption ( $M = 3.84$ ,  $SD = 0.60$ ). The findings revealed a difference according to demographic factors in terms of mean and standard deviation for males ( $M = 19.97$ ,  $SD = 1.12$ ) and women ( $M = 20.21$ ,  $SD = 1.32$ ). The results of the factor analysis found that from the quick summary of the five criteria and 26 items, only 14 items can be used as a yardstick to measure the five main criteria. The five main criteria that become the shaper of Muslim consumer lifestyles in *shariah* banks, namely criteria of intention in consumption of 30.51%, criteria of exemplary in consumption of 16.27%, criteria of smart in consumption, and criteria of 11.43% benefits in consumption of 10.46%. The results of this study explained that the Muslims have responded positively to the criteria of the Muslim lifestyle and successfully built the concept of Muslim consumer lifestyle that can be used as a measurement tool to Muslim consumer lifestyle in *shariah* banking.

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 PENGENALAN**

Kajian ini pada umumnya bertujuan meneliti gaya hidup pengguna Muslim dalam memilih perbankan syariah. Secara lebih khusus kajian ini untuk mengenal pasti konsep gaya hidup pengguna Muslim, membentuk kriteria-kriteria gaya hidup pengguna Muslim dan menganalisis persepsi gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah di Banda Aceh, Indonesia. Dapatan kajian ini dapat menjelaskan kriteria-kriteria gaya hidup pengguna Muslim memilih perbankan syariah.

Sebagai bab pendahuluan, bab ini terdiri daripada latar belakang kajian, pernyataan masalah, objektif kajian, persoalan kajian, definisi operasional kajian, skop kajian, batasan kajian, kepentingan kajian, sumbangan kajian dan organisasi tesis.

### **1.2 LATAR BELAKANG**

Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai penduduk paling ramai di dunia dan juga sebagai negara dengan penduduk majoriti Muslim. Perkara ini akan menjadikan Indonesia sebagai pasaran berpotensi kemasukan produk dan tawaran perkhidmatan. Namun demikian, di sisi lain jikalau perkara ini tidak tangani secara tepat akan menimbulkan gaya hidup penggunaan pada masyarakat.

Dalam perspektif agama Islam, gelagat pengguna dan kepenggunaan berasaskan kepada pengetahuan dan wawasan agama serta keimanan yang dimiliki oleh pengguna itu sendiri serta juga berpedoman kepada suruhan Allah SWT, sebagaimana firman Allah SWT dalam surah al-A'raaf, 7:31-32 :

"Hai anak Adam, pakailah pakaian yang indah di setiap (memasuki masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan". Katakanlah: Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah SWT yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pula yang mengharamkan) rezeki yang baik? Katakanlah:Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat. Demikianlah kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui".

Dalam Islam, gaya hidup pengguna Muslim haruslah menampakkan hubungannya dengan Allah SWT. Setiap pengguna Muslim terutamanya dalam membelanjakan harta seharusnya mempunyai sifat-sifat seperti rasa bersyukur, tidak memilih barangan yang haram, bermurah hati sesama mereka dan berbelanja dengan sederhana (Muhammad Yasir Yusuf, 2010).

Gaya hidup penggunaan produk dan pola pengaturan harta seorang pengguna Muslim tidak dapat dipisahkan daripada keimanannya kepada Allah SWT sehingga menjadi rujukan penting yang mempengaruhi gelagat, keperibadian dan gaya hidup seorang pengguna Muslim terhadap perbankan syariah. Keimanan mempengaruhi sifat, jumlah dan kualiti produk dan perkhidmatan perbankan syariah yang dipilih pengguna Muslim untuk memperoleh kebahagiaan dan reda Allah SWT.

Perkara tersebut disokong dengan ajaran Islam mengenai tanggungjawab manusia di dunia dan akhirat serta selalu akan mengharap reda Allah SWT dalam berperilaku. Dalam mengurus perbelanjaan harta pada jalan Allah SWT, pendapatan yang diperoleh secara baik dan jujur akan digunakan untuk keperluan pengguna Muslim. Setiap dana yang dibelanjakan seorang pengguna Muslim akan menjadi pendapatan bagi pengeluar daripada hasil pertukaran produk dan perkhidmatan. Pengguna Muslim akan mendapatkan nikmat daripada produk dan perkhidmatan yang diperoleh untuk memenuhi keperluan asas. Sedangkan kemanfaatan produktif, dana atau harta dapat digunakan untuk zakat, infak dan sedekah.

Berdasarkan kepada sejarah Islam, diceritakan bahawa pembiayaan yang diamalkan melalui perjanjian yang bersesuaian dengan syariah telah menjadi kebiasaan sejak masa kehidupan Nabi Muhammad SAW. Daripada segi penggunaan wang, amalan lazim yang berlaku adalah wang diberikan kepada orang lain untuk diniagakan berdasarkan perkongsian keuntungan dan wang dipinjamkan kepada orang lain untuk mendapatkan lebihan pembayaran balik iaitu faedah (Fard Noor dan Yulizar Djamaludin Sanrego, 2009).

Fakta tersebut membuktikan bahawa aktiviti kewangan menurut Islam telah wujud sejak zaman Rasulullah SAW. Perkara tersebut kemudian berlanjutan menjadi sebuah sistem yang lebih baik pada masa pemerintahan Sayidina Umar Al-Khatab r.a. (Ahmad Azrin Adnan, 2010). Kehidupan manusia tidak boleh terlepas daripada proses perekonomian untuk menyokong kehidupan mereka di dunia. Adapun sistem perekonomian saat ini semakin maju sehingga diperlukan langkah-langkah dalam rangka memudahkan manusia melakukan transaksi kewangan dan perbankan.



Khususnya transaksi yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan hadirnya perbankan syariah, masyarakat Muslim menjadikannya sebagai penyelaras agar terhindar daripada transaksi riba yang dilakukan dalam perbankan konvensional (Fard Noor dan Yulizar Djamaludin Sanrego, 2009).

Berdasarkan data *The Islamic Banker London*, lebih daripada 300 institusi kewangan syariah telah dibina di lebih daripada 75 negara untuk menguruskan aset sekitar RM2,800–RM4,000 bilion dan dianggarkan lebih daripada 250 institusi kewangan syariah menguruskan sekitar RM1,000 bilion aset. Bilangan dana yang diuruskan industri perbankan syariah antarabangsa (396 bank yang tersebar di 53 negara) mencapai lebih kurang RM2,800 bilion dengan perkembangan purata per tahun sebesar 15 peratus (Bank Indonesia, 2010). Oleh sebab itu, pada tahun 2000-an telah menunjukkan perkembangan dan kematangan industri perbankan syariah. Faktanya, peratus penguasaan pasaran aset perbankan dan kewangan Islam telah meningkat daripada 2 peratus pada akhir era 70-an kepada sekitar 15 peratus pada tahun 2010. Aset industri kewangan Islam bagi kategori perbankan syariah sepenuhnya dianggarkan melebihi RM600 bilion menjelang tahun 2015, begitu juga dengan kategori jendela dan anak syarikat yang berjumlah melebihi RM600 bilion.

Dalam konteks perkembangan sistem perbankan syariah di Indonesia, Bank Indonesia<sup>1</sup> telah membangunkan strategik jangka masa panjang pembangunan perbankan syariah. Langkah strategik ini menyokong perkembangan perbankan syariah di Indonesia bermula dengan undang-undang No.7/1992 mengenai perbankan yang memberikan peluang untuk membuka bank yang beroperasi dengan prinsip

---

<sup>1</sup> Bank Indonesia adalah Bank Pusat Indonesia.

perkongsian keuntungan. Undang-undang No. 10/1998 pula mengenai bank konvensional yang boleh membuka usaha unit syariah serta undang-undang No.23/1999 yang diubah oleh UU No.3/2004 tentang pengendalian dana dilakukan secara prinsip syariah dan Bank Pusat Indonesia boleh mengagihkan pembiayaan berasaskan ketentuan syariah untuk pihak perbankan dan undang-undang No.21/2008 bertarikh 16 Julai 2008 tentang perbankan syariah.

Faktanya, kebanyakan amalan operasional perbankan syariah belum banyak difahami oleh masyarakat khususnya masyarakat Muslim yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan perbankan syariah (Bank Indonesia. 2010). Keberadaan perbankan syariah merupakan suatu pilihan yang baru meskipun sejak tahun 1992 yang telah berdiri daripada Bank Muamalat Indonesia (BMI), (Fard Noor dan Yulizar Djamiludin Sanrego, 2009). Apabila dibandingkan syer dana pihak ketiga perbankan syariah dengan perbankan konvensional terdapat jurang yang besar. Perkara ini bolehlah dirujuk dalam Jadual 1.1.

**Jadual 1.1 : Perbandingan Perkembangan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional**

<b>Dana Pihak Ketiga</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Perbankan Syariah	15,91	23,15	35,14	44,91	55,87
Perbankan Konvensional	594	712	848	982	1,115
<b>Perbandingan Dalam Peratusan</b>					
Perbankan Syariah	2.68%	3.25%	3.98%	4.37%	4.77%
Perbankan Konvensional	97.32%	96.75%	96.02%	95.63%	95.23%

Sumber : Statistik Perbankan Indonesia (2014)

Jadual 1.1 mempamerkan adanya perkembangan dana pihak ketiga yang terkumpul sejak tahun 2009 dengan 2.68 peratus dikuasai oleh perbankan syariah dan meningkat sehingga 4.77 peratus pada tahun 2013, sedangkan bakinya dikuasai oleh perbankan konvensional. Perkara ini menunjukkan terdapatnya perkembangan dana pihak ketiga oleh perbankan syariah walau bagaimana pun aktiviti perbankan di Indonesia masih dikuasai oleh institusi perbankan bukan syariah.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia mempamerkan perkembangan pesat serta memilikipotensi untuk berkembang di masa hadapan lebih bagus. Perbankan syariah di Indonesia boleh dibahagikan kepada tiga bahagian iaitu Unit Usaha Syariah (UUS), Bank Perkreditan Syariah (BPR Syariah) dan Bank Umum Syariah (BUS). Manakala perkembangan perbankan syariah di Indonesia sehingga tahun 2014 bolehlah dirujuk dalam Jadual 1.2.

**Jadual 1.2 : Perkembangan Perbankan syariah di Indonesia**

<b>Perbankan Syariah</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Jumlah Bank Umum Syariah (BUS)	11	11	11	11	11
Jumlah cawangan BUS	1,215	1,390	1,675	1,998	2,139
Jumlah Unit Usaha Syariah (UUS)	23	24	23	23	23
Jumlah cawangan UUS	262	336	517	590	425
Jumlah perbankan syariah	34	35	34	34	34
Jumlah cawangan	1,477	1,276	2,182	2,588	2,664

Sumber : Statistik Perbankan Syariah Indonesia, (Jun, 2014)

Jadual 1.2 mempamerkan sejak tahun 2010 sehingga pertengahan tahun 2014 telah terdapat 34 perbankan syariah di Indonesia dengan jumlah cawangan sebanyak 2.664 buah cawangan. Selain itu, berdasarkan kepada perkembangan aset, perbankan syariah juga mempamerkan perkembangan yang sangat nyata. Perkara ini terdapat dalam Jadual 1.3.

**Jadual 1.3 : Perkembangan Aset Perbankan syariah di Indonesia**

	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Aset Bank Umum Syariah (BUS)	14,62	24,11	35,60	44,93	54,91
Aset Unit Usaha Syariah (UUS)	5,50	5,58	8,69	14,44	18,85
<b>Jumlah aset perbankan syariah</b>	<b>20,12</b>	<b>29,69</b>	<b>44,29</b>	<b>59,37</b>	<b>73,76</b>

Sumber : Statistik Perbankan Indonesia (2014).

Berdasarkan Jadual 1.3, dapat dilihat adanya peningkatan aset pada setiap tahunnya. Pada tahun 2009 aset perbankan syariah hanya sebanyak RM20,12 bilion dan pada tahun 2013 telah meningkat sehingga RM73,76 bilion. Perkara ini mempamerkan pengguna telah mula untuk mempercayai produk perbankan syariah. Kepercayaan tersebut boleh tergambar dengan semakin banyaknya bilangan cawangan perbankan syariah di Indonesia (Jadual 1.2).

Perkembangan aset serta dana pihak ketiga perbankan syariah dan perbankan konvensional memperlihatkan peningkatan yang jelas. Aset perbankan syariah sehingga tahun 2013 telah menjadi sebanyak RM73,76 bilion. Dana pihak ketiga perbankan syariah pula telah meningkat menjadi RM70 million. Berdasarkan kepada maklumat tersebut terdapat jurang yang besar perkembangan perbankan

konvensional dengan perbankan syariah di Indonesia dan khususnya di Banda Aceh. Perkara ini terjadi disebabkan oleh banyak soalan seperti apakah produk dan perkhidmatan perbankan syariah tidak selari dengan keperluan dan gaya hidup pengguna Muslim? Atau adakah faktor gaya hidup mereka sebagai pengguna Muslim yang masih rendah keyakinan terhadap produk dan perkhidmatan perbankan syariah? Atau adakah mereka tidak mementingkan gaya hidup sebagai seorang pengguna Muslim tetapi masih lebih senang dengan apa yang ditawarkan perbankan konvensional?

Bila dibandingkan dengan beberapa negeri lain di Indonesia, aset dan dana pihak ketiga perbankan syariah di Aceh lebih sedikit. Penjelasan lanjut boleh dilihat dalam Jadual 1.4.

**Jadual 1.4 : Perkembangan Perbankan Syariah di Aceh berbanding beberapa Negeri hingga Jun 2014**

<b>Negeri</b>	<b>Total Aset</b>	<b>Pembiayaan</b>	<b>Dana Pihak Ketiga</b>	<b>Jumlah Penduduk</b>	<b>Penduduk Beragama Islam</b>
Aceh	1,47	0,92	0,70	4,494,410	98,19%
Sumatera Barat	2,34	1,14	0,78	4,846,909	97,42%
Riau	2,34	1,03	0,85	5,538,367	87,98%
Kalimantan Timur	1,89	1,18	1,11	3,553,143	85,38%

Sumber : Statistik Perbankan Syariah Indonesia, 2014

Jadual 1.4 menunjukkan perkembangan perbankan syariah di Aceh sangatlah kurang iaitu aset perbankan syariah RM1,47 bilion, pembiayaan RM92 million dan dana pihak ketiga RM70 million. Sedangkan beberapa negeri lain seperti di Sumatera

Barat asetnya mencecah RM2,340 bilion, Riau RM2,344 bilion dan Kalimantan Timur mencecah RM1,890 bilion. Bila dilihat perbandingan bilangan penduduk dan bilangan peratusan penduduk beragama Islam, sepatutnya perbankan syariah di Aceh memiliki aset, pembiayaan dan dana pihak ketiga yang lebih banyak.

Perkara ini disokong oleh kajian Jazim Hamidi, Siti Hamidah, Sukarmi, Sihabuddin, Lucky Hendrawati dan Adi Kusumaningrum (2007) di Sumatera Barat, dan Harif Amali Rivai, Niki Lukviarman, Syafrizal, Syukri Lukman, Fery Andrianus dan Masrizal (2007) di Jawa Timur. Hasil kajian Jazim Hamidi, Siti Hamidah, Sukarmi, Sihabuddin, Lucky Hendrawati dan Adi Kusumaningrum (2007) mendapati pendekatan jumlah produk serta faktor pendorong gaya hidup pengguna Muslim syariah adalah perkhidmatan yang bersesuaian dengan keperluan dan terjamin, sikap dan gelagat pekerja, sesuai dengan agama yang dianuti, perkhidmatan yang cepat, lokasi yang strategik dan perkhidmatan cepat.

Berdasarkan pendekatan tahapan produk, faktor pendorong gaya hidup pengguna Muslim syariah dipengaruhi oleh faktor seperti penyediaan tempat simpanan wang, penyediaan perkhidmatan penyimpanan dengan prinsip kiriman, penyimpanan wang yang selamat, bagi hasil penyimpanan sesuai syariah, perkhidmatan yang cepat dan lokasi strategik. Hasil kajian tersebut mendapati beberapa faktor utama yang dominan dalam pemilihan perbankan syariah bukanlah faktor agama. Sedangkan hasil kajian Harif Amali Rivai, Niki Lukviarman, Syafrizal, Syukri Lukman, Fery Andrianus dan Masrizal (2007) menunjukkan pertimbangan paling dominan adalah berdasarkan kepada faktor keyakinan, ramah mesra pekerja dan persepsi bahawa perkhidmatan perbankan syariah adalah cepat. Perkara ini menunjukkan faktor

agama juga bukanlah faktor dominan dalam pemilihan perbankan syariah. Permasalahan ini merupakan suatu perkara yang perlu menjadi perhatian kerana sebagai pengguna Muslim seharusnya pemilihan produk dan perkhidmatan adalah berdasarkan kepada produk yang suci, baik, halal, bersih dan selari dengan syariat serta tidak terlibat dengan riba (Ahmad Umar Hasyim, 2004). Perbankan syariah adalah institusi perantaraan dan penyediaan perkhidmatan kewangan yang berasaskan kepada etika Islam seperti bebas bunga (*riba*), bebas daripada spekulatif/judi (*maysir*) dan bebas daripada yang meragukan (*gharar*)<sup>2</sup>. Perkara ini adalah termaktub dalam firman Allah SWT dalam al-Quran yang bermaksud:

"Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah, dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan selalu berbuat dosa". (al-Baqarah, 2:276).

Salah satu strategi pengembangan perbankan syariah adalah melalui program penjenamaan baru dengan kaedah melakukan pemetaan baru segmentasi pasaran perbankan syariah, program pengembangan produk dan program peningkatan perkhidmatan (Bank Indonesia, 2010). Persaingan untuk memberikan yang terbaik kepada pengguna telah memberikan pilihan yang lebih banyak kepada pengguna. Salah satu cara adalah menghasilkan pelbagai produk dan perkhidmatan yang selari dengan keinginan dan keperluan pengguna. Penerapan strategi tersebut adalah dengan inovasi produk yang pelbagai dan menghasilkan produk-produk baru yang boleh masuk ke setiap segmentasi pasaran selari dengan segmentasi pasaran baru pengguna. Perkara lainnya adalah membuat pengguna bank dan yang belum menjadi pengguna bank selesa untuk datang ke perbankan syariah dan perbankan syariah ini terbuka kepada seluruh lapisan masyarakat (Bank Indonesia, 2010). Langkah-

---

<sup>2</sup>Fard Noor, Yulizar Djamaludin Sanrego (2009) dalam *Tazkia Islamic Business and Finance Review*.

langkah tersebut diharapkan dapat melahirkan perbezaan yang unik dan khas dengan menawarkan pelbagai produk yang selari dengan keperluan dan gaya hidup masyarakat Muslim serta melaksanakan sistem operasi yang terbuka, jujur dan adil bagi bank dan pengguna.

### **1.3 PERNYATAAN MASALAH**

Perbincangan sebelumnya dan sokongan maklumat daripada Bank Indonesia telah menunjukkan fakta kepesatan perkembangan industri kewangan di Asia Tenggara dan secara khasnya di Indonesia. Di Malaysia misalnya, industri kewangan syariah berkembang dengan cepat, pengamal berlumba-lumba untuk menambah bilangan cawangan, bilangan pengguna dengan menawarkan kepelbagaian produk dan perkhidmatan perbankan syariah lebih inovatif, periklanan serta pemasaran yang aktif dan penambahbaikan perkhidmatan (Ahmad Azrin Adnan, 2010). Di sebalik kepesatan perkembangan industri kewangan syariah dan perbankan syariah tersebut terdapatnya jurang yang besar (lihat jadual 1.1) antara perkembangan perbankan syariah berbanding perbankan konvensional. Pengurusan perbankan syariah terus menambah jumlah penggunaannya dengan menawarkan pelbagai produk dan perkhidmatan perbankan syariah yang inovatif dan iklan yang agresif.

Pihak perbankan syariah secara berterusan menjalankan pelbagai strategi pemasaran untuk memahami keinginan dan keperluan pengguna Muslim dengan menawarkan pelbagai produk dan perkhidmatan yang selari dengan gaya hidup mereka seperti produk dan perkhidmatan perbankan dalam talian (*on-line banking* dan *phone banking*) serta produk perkhidmatan yang selari dengan syariah. Pada sisi yang lain,



terdapat juga pelbagai isu dan permasalahan utama yang berlaku dalam institusi perbankan syariah di Indonesia khususnya di Banda Aceh iaitu syer perbankan syariah lebih kecil berbanding syer perbankan konvensional, pihak kerajaan yang lebih percaya kepada perbankan konvensional dan pembiayaan untuk penggunaan yang semakin besar. Perkembangan perbankan syariah sangat baik tetapi hanya menguasai 4.77 peratus urusan niaga perbankan dan selebihnya 95.23 peratus disumbangkan oleh perbankan konvensional.

Fakta lain adalah hasil daripada kajian Info Bank News (2012) menunjukkan pengguna perbankan konvensional di Indonesia mencecah 93 peratus berbanding pengguna perbankan syariah yang hanya 7 peratus. Berdasarkan kepada isu tersebut maka timbul persoalan dalam kalangan pengguna Muslim perbankan syariah. Misalnya yang terjadi di Malaysia (Ahmad Azrin Adnan, 2010), perbankan syariah tidak banyak berbeza dengan perbankan konvensional dari segi pelaksanaannya, apatah lagi perbankan syariah sedia ada beroperasi dalam kerangka kewangan yang mementingkan aspek kepatuhan syariah meskipun ia diakui belum sempurna sifatnya sebagaimana yang ideal (Ahmad Azrin Adnan, 2010).

Dalam permasalahan yang telah dijelaskan turut juga berlaku di Banda Aceh, Indonesia. Banda Aceh ini adalah salah sebuah negeri yang istimewa kerana mempunyai kepelbagaian agama dan majoriti penduduknya adalah Muslim namun setakat ini hanya terdapat sembilan buah bank syariah yang memiliki 4.97 peratus DPK<sup>3</sup> dalam bentuk akaun, deposit serta giro dan bakinya dikuasai oleh perbankan bukan syariah (Kajian Ekonomi Regional Provinsi Aceh, 2009). Perkara ini mungkin

---

<sup>3</sup>Dana Pihak Ketiga yang merupakan dana masyarakat.

boleh berlaku kerana perbankan konvensional menawarkan produk dan perkhidmatan yang lebih banyak, jumlah pejabat lebih banyak, lokasi pejabat lebih mudah didatangi, iklan mudah difahami serta pemberian hadiah kepada pengguna. Isu perkembangan perbankan syariah berbanding perbankan konvensional juga boleh dipengaruhi oleh gelagat pengguna dan masalah gaya hidup pengguna serta keyakinan kepada sistem operasi perbankan syariah. Realiti pengguna Muslim di Aceh dan Indonesia masa kini berkemungkinan ketidakpercayaan terhadap operasional perbankan syariah. Realiti ini sangat berbeza bila dilihat daripada jumlah penduduk Aceh dan Indonesia yang majoritinya Islam dan Aceh adalah negeri yang mendapat kebenaran melaksanakan syariat Islam serta penduduknya dikenali sangat patuh menjalankan nilai-nilai Islam secara *kaffah* masih tertinggal dalam perkembangan perbankan syariah berbanding dengan negeri lain di Indonesia (Lihat Jadual 1.4, Statistik Perbankan Syariah Indonesia, 2014).

Perkara kedua yang berlaku di Banda Aceh adalah dipengaruhi sikap kerajaan yang lebih berkeyakinan menempatkan wang di perbankan konvensional. Secara psikologi perkara tersebut mempengaruhi gaya hidup pengguna Muslim dalam memilih perbankan syariah kerana pihak kerajaan merupakan rujukan utama kepada masyarakat. Sehingga pada akhir tahun 2013, pegangan dana milik kerajaan di perbankan syariah hanya sebanyak 11.1 peratus (RM82 million) berbanding 88.9 peratus (RM6,580 bilion) yang disimpan di perbankan konvensional (Kajian Ekonomi Regional Aceh, Bank Indonesia, 2013).

Perkara ini ada hubungan dengan isu yang ketiga iaitu apakah faktor gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah untuk urus niaga kewangan telah selari dengan gaya hidup Islam? Pandangan Islam dalam kepenggunaan (Muhammad Muflih, 2006) menyatakan bahawa pengeluaran wang adalah wajib menurut keperluan dan kemahuan iaitu *dharuriyyat* (utama), *hajiyyat* (pelengkap) dan *tahsiniyyat* (penambah kesenangan dan keindahan). Permasalahan yang ketiga tersebut menunjukkan fakta bahawa pegangan terbesar dana pihak ketiga adalah pada akaun tabungan dan pembiayaan untuk penggunaan peribadi. Perkara lainnya, gaya hidup kepenggunaan dapat dilihat daripada meningkatnya permintaan pembiayaan kereta dan motosikal dan pembiayaan rumah sehingga menyokong peningkatan pada pembiayaan yang bersifat kepenggunaan (Bank Indonesia Banda Aceh, 2011).<sup>4</sup>

Sehingga akhir tahun 2013 penempatan dana pihak ketiga lebih dominan pada produk tabungan iaitu RM42 million berbanding dana pada akaun giro dan deposit. Pada sisi lain, pembiayaan untuk penggunaan peribadi juga sangat dominan berbanding pembiayaan untuk modal kerja. Syer pembiayaan untuk penggunaan peribadi telah mencecah 75 peratus berbanding pembiayaan untuk modal kerja yang hanya 25 peratus. Perkara ini mempamerkan bahawa pengguna Muslim perbankan syariah lebih berbentuk kepenggunaan kerana berbelanja lebih banyak kepada kepentingan peribadi bukannya untuk pembangunan modal kerja.

---

<sup>4</sup>Peningkatan penggunaan juga wujud daripada meningkatnya perkembangan penjualan motosikal untuk keperluan penggunaan. Pembelian kenderaan yang termasuk aktiviti penggunaan rumah tangga adalah pembelian kereta dan motosikal untuk peribadi. Perkara lain adalah perkembangan pembiayaan penggunaan sebagai salah satu sumber pembiayaan penggunaan masyarakat (Kajian Ekonomi Regional dan Kewangan Regional Provinsi Aceh, 2014).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK)<sup>5</sup> pada Ogos 2015, fenomena tersebut mempamerkan bahawa masyarakat semakin ke arah kepenggunaan dan meninggalkan kebiasaan menabung. Perkara tersebut bererti bahawa masyarakat lebih banyak mengeluarkan wang untuk kepenggunaan daripada untuk ditabung dan dilabur. Perkara itu juga disokong oleh Kusumaningtuti S.Soetiono (Serambi Indonesia, Ogos 2015). Beliau menyatakan pada masa pengguna memiliki wang, mereka akan lebih mengutamakan belanja atau kepenggunaan daripada untuk ditabung. Apabila gaya hidup seperti amalan boros, hidup bermewah-mewahan, belanja tidak selari dengan keperluan maka perkara tersebut bertentangan dengan ajaran Islam.

Perbincangan isu-isu di atas mewujudkan permasalahan berikut, adakah gaya hidup kepenggunaan tersebut selari dengan konsep gaya hidup Muslim? Apakah sebenarnya konsep, prinsip dan kriteria gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah? Adakah perkembangan perbankan syariah berhubungan dengan gaya hidup pengguna Muslim? Oleh itu sangat penting tujuan memahami konsep gaya hidup pengguna Muslim agar dapat meningkatkan keyakinan dan kepercayaan mereka terhadap produk dan perkhidmatan perbankan syariah. Atas sebab itulah kajian mengenai prinsip dan kriteria gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah perlu dilakukan sehingga mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang persepsi pengguna Muslim terhadap gaya hidup yang ideal serta sesuai dengan nilai-nilai Islam.

---

<sup>5</sup> Pihak Berkuasa Perkhidmatan Kewangan Indonesia.

Ada beberapa isu yang berkaitan prinsip dan kriteria gaya hidup pengguna Muslim yang perlu dilakukan kajian. Pertama, apakah yang diperlukan oleh masyarakat Muslim sebagai pengguna terhadap gaya hidup pengguna Muslim? Kedua, adakah selama ini telah wujud prinsip dan kriteria untuk membina suatu kerangka konseptual gaya hidup pengguna Muslim? Ketiga, bagaimanakah persepsi terhadap gaya hidup pengguna perbankan syariah? Keempat, adakah persepsi terhadap gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah boleh digunakan untuk semua institusi kewangan dan perbankan syariah di kawasan majoriti penduduk Muslim ataupun implementasinya tidak sama, sepatutnya disesuaikan dengan keadaan syarikat dan produk serta perkhidmatan yang akan disediakan?

Oleh itu, untuk membina prinsip serta kriteria gaya hidup pengguna Muslim, maka penyelidik terlebih dahulu mengenal pasti prinsip gaya hidup pengguna Muslim. Kemudian pengkaji membuat analisis serta membina kriteria-kriteria gaya hidup pengguna Muslim dan membentuk kerangka konseptual. Kriteria-kriteria yang telah dibina ini seterusnya dilakukan analisis berasaskan persepsi pengguna Muslim perbankan syariah. Pengguna akan melihat bagaimanakah sepatutnya gaya hidup pengguna Muslim yang memiliki nilai-nilai Islam untuk diamalkan oleh masyarakat sebagai pengguna di negara-negara yang majoriti penduduknya adalah Muslim.

Kajian ini cukup penting dijalankan kerana selain boleh digunakan oleh perbankan syariah, hasil daripada kajian ini juga boleh dijadikan panduan institusi, syarikat atau organisasi kewangan lain yang sistem operasinya berdasarkan syariah. Perkara tersebut membuatkan penyelidik terdorong untuk melakukan kajian lebih lanjut tentang mengenal pasti konsep gaya hidup pengguna Muslim, kriteria-kriteria gaya

hidup pengguna Muslim perbankan syariah dan menganalisis persepsi gaya hidup pengguna perbankan syariah di Banda Aceh, Indonesia. Jika kajian ini tidak dijalankan, maka gaya hidup pengguna Muslim khususnya di kawasan yang majoriti Muslim akan terlihat semakin meninggalkan nilai-nilai Islam. Gaya hidup pengguna khususnya pengguna Muslim akan semakin mengikuti gaya hidup Barat dan hanya bertujuan kepuasan duniawi. Gaya hidup tersebut boleh jadi akan memberikan kesan negatif kepada masyarakat dan persekitaran. Hasil kajian ini dapat menjelaskan persepsi gaya hidup pengguna Muslim sehingga terbentuk konsep dan kriteria gaya hidup pengguna Muslim yang selari dengan ajaran Islam.

#### **1.4 OBJEKTIF KAJIAN**

Daripada pernyataan masalah tersebut, secara umum kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti konsep gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah. Untuk itu, kajian ini terlebih dahulu mengenal pasti prinsip dan kriteria gaya hidup pengguna Muslim dan membentuk kerangka konseptual yang dijadikan instrumen penyelidikan. Ia kemudian digunakan untuk meneliti persepsi gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah. Akhirnya dapat digunakan untuk menjelaskan kriteria-kriteria utama gaya hidup pengguna Muslim untuk melakukan pemilihan perbankan syariah di Banda Aceh-Indonesia. Secara lebih khusus, terdapat tiga objektif yang cuba dikaji iaitu:

- i. Mengenal pasti konsep gaya hidup pengguna Muslim
- ii. Membentuk kriteria-kriteria gaya hidup pengguna Muslim.
- iii. Menganalisis persepsi gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah di Banda Aceh-Indonesia.

## **1.5 PERSOALAN KAJIAN**

Untuk mencapai setiap objektif kajian tersebut, terdapat tujuh persoalan kajian berikut perlu dikaji iaitu:

- i. Apakah konsep gaya hidup pengguna Muslim?
- ii. Apakah prinsip-prinsip gaya hidup pengguna Muslim?
- iii. Apakah kriteria-kriteria gaya hidup pengguna Muslim?
- iv. Bagaimanakah kerangka konseptual gaya hidup pengguna Muslim?
- v. Sejauh manakah tahap persepsi responden terhadap gaya hidup pengguna Muslim dalam pemilihan perbankan syariah di Banda Aceh, Indonesia?
- vi. Adakah perbezaan nyata gaya hidup pengguna Muslim memilih perbankan syariah berdasarkan faktor demografi di Banda Aceh, Indonesia?
- vii. Apakah kriteria-kriteria utama gaya hidup pengguna Muslim dalam memilih perbankan syariah di Banda Aceh, Indonesia?

Jadual 1.5 Ringkasan Objektif dan Persoalan Kajian

No.	Objektif Kajian	Persoalan Kajian
1.	Mengenal pasti konsep gaya hidup pengguna Muslim	<p>i. Apakah konsep gaya hidup pengguna Muslim?</p> <p>ii. Apakah prinsip-prinsip gaya hidup pengguna Muslim?</p>
2.	Membentuk kriteria-kriteria gaya hidup pengguna Muslim	<p>iii. Apakah kriteria-kriteria gaya hidup pengguna Muslim?</p> <p>iv. Bagaimanakah kerangka konseptual gaya hidup pengguna Muslim?</p>
3.	Menganalisis persepsi Gaya Hidup pengguna Muslim perbankan syariah di Banda Aceh, Indonesia	<p>v. Sejauh manakah tahap persepsi responden terhadap gaya hidup pengguna Muslim dalam memilih perbankan syariah di Banda Aceh, Indonesia?</p> <p>vi. Adakah perbezaan nyata dalam gaya hidup pengguna Muslim memilih perbankan syariah berdasarkan faktor demografi di Banda Aceh, Indonesia?</p> <p>vii. Apakah kriteria-kriteria gaya hidup pengguna Muslim dalam memilih perbankan syariah di Banda Aceh, Indonesia?</p>

## 1.6 DEFINISI OPERASIONAL

Bagi menghuraikan definisi dan maksud kajian, ada beberapa kata kunci dipakai dalam kajian ini. Kata-kata kunci definisi operasional tersebut dijelaskan dan dinyatakan satu persatu. Kata-kata kunci penting dalam kajian ini adalah gaya hidup pengguna, pengguna Muslim dan persepsi pengguna.



### **1.6.1 Gaya Hidup Pengguna**

Gaya hidup pengguna berhubung kait dengan gelagat pengguna. Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi gelagat pengguna. Gelagat pengguna dipengaruhi oleh dua faktor iaitu faktor dalaman dan faktor luaran. Pertama, faktor luaran meliputi kelas sosial, lingkungan budaya, pengaruh peribadi, keadaan setempat dan keluarga. Kedua faktor dalaman seperti motivasi, pengetahuan, unsur-unsur psikografi gaya hidup, keupayaan (waktu, perhatian dan wang), penglibatan diri dan demografi (Mayang dan Samsudin, 2010). Gelagat berdasarkan kepada tindakan nyata pengguna boleh dilihat secara langsung.

Gelagat pengguna juga merupakan penglibatan hubungan berbanding pengaruh dan fikiran atau gelagat dan kejadian persekitaran. Gelagat pengguna dalam kalangan Muslim banyak yang masih belum berasaskan kepada akhlak dan perilaku Nabi Muhammad SAW yang berpandukan kepada al-Quran serta al-Hadis. Perekonomian suatu kaum akan terbina secara baik dan selari dengan peningkatan kebaikan akhlak pengguna atau masyarakat (Muhammad Yusuf dan Ahmad Durah, 2008). Selain itu, ekonomi dan akhlak tidak dapat dipisahkan kerana saling berhubungkait, ertinya semakin baik akhlak masyarakat atau pengguna akan memberi kesan kepada kerjasama ekonomi dan muamalat yang lebih baik (Yusuf Qardawi, 2004). Al-Quran serta al-Hadis menjelaskan tentang gelagat pengguna yang sepatutnya sesuai dengan perintah Allah SWT dan Rasul-Nya, perkara tersebut agar pengguna terjamin kehidupannya, adil serta sejahtera di dunia dan akhirat (Ghader dan Shafai, 2011). Salah satu ayat al-Quran menyatakan:

“Hai anak Adam, pakailah pakaian mu yang indah di setiap memasuki masjid, makan dan minumlah dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (al-A’raaf 7: 31)

Berdasarkan ayat tersebut terlihat bahawa al-Quran telah menganjurkan menggunakan sesuatu secara tidak berlebih-lebihan, ertinya pengguna Muslim sepatutnya menjalani gaya hidup sederhana dan berjimat. Gaya hidup merujuk kepada cara seseorang pengguna hidup, cara pengguna membelanjakan wang serta cara pengguna menggunakan masanya (Mowen dan Minor, 2002). Gaya hidup merupakan sebuah kegiatan penggunaan yang mempamerkan pemilihan pengguna tentang bagaimana mereka menghabiskan wang dan masa (Elly Herlyana, 2012), tentang aktiviti mereka (pekerjaan, hobi, pelancongan), minat (keluarga, pekerjaan dan komuniti) dan pendapat mereka (isu sosial, politik dan bisnis), (Peter dan Olson, 2014).

Dilihat daripada hubungan antara produk dan gaya hidup, gaya hidup diertikan sebagai keseluruhan diri seseorang yang berhubung kait dengan persekitarannya (Kotler, 2005). Daripada beberapa pendapat tersebut, dapat diertikan bahawa gaya hidup pengguna daripada pandangan konvensional adalah berkaitan keseluruhan diri seseorang dalam mempamerkan pilihan-pilihannya tentang aktiviti, minat serta pendapatnya dalam menggunakan wang dan masa untuk melakukan pemilihan dan penggunaan produk dan perkhidmatan.

### **1.6.2. Pengguna Muslim**

Pengguna adalah seseorang yang mempunyai keinginan dan pandangan berkaitan sesuatu produk atau perkhidmatan (Peter dan Olson, 2014). Gelagat pengguna dapat diertikan sebagai ilmu berkaitan proses pertukaran dan unit pembelian yang memberi kesan kepada idea, penggunaan dan pengalaman (Mowen, 2002). Pendefinisian istilah pengguna memperlihatkan dua jenis pengguna iaitu perseorangan dan pengguna organisasi. Pengguna perseorangan merujuk kepada pengguna peribadi atau keluarga yang membeli produk untuk memenuhi keinginan dan keperluannya (Mullins dan Walker, 2010). Sedangkan pengguna organisasi merujuk kepada pengguna yang membeli produk untuk keperluan organisasi dalam proses pengeluaran (Mullins dan Walker, 2010). Daripada pandangan Islam, istilah pengguna tidak disebut dengan jelas tetapi diterangkan dengan bahasa perintah untuk melakukan sesuatu misalnya makanlah, belanjalah, pakailah, berikanlah (Ahmad Azrin Adnan, 2010), belanjakanlah harta, beramal dan bayarlah zakat (Ahmad Umar Hasyim, 2004). Fokus kajian ini adalah berkenaan dengan pengguna perseorangan. Oleh itu, pengguna Muslim yang diertikan dalam kajian adalah pengguna perseorangan yang beragama Islam yang terlibat dengan pemilihan dan menggunakan pelbagai produk serta kemudahan perkhidmatan perbankan syariah untuk keperluan peribadi dan keluarga.

### **1.6.3. Gaya Hidup Pengguna Muslim**

Secara umum dapat dikatakan bahawa gaya hidup pengguna Muslim haruslah berasaskan ajaran Islam yang bersandarkan kepada al-Quran dan al-Hadis yang

menganjurkan umatnya untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik di dunia dan juga mendapatkan keredhaan di akhirat. Gaya hidup sangat berkaitan dengan akhlak dan akhlak merujuk kepada mendidik manusia agar bertakwa kepada Allah SWT serta membiasakan dengan adat kebiasaan yang baik agar menjadi peribadi yang baik (Elly Herlyana, 2012). Ini bererti untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik di dunia tidak boleh diperoleh dengan menghalalkan segala perbuatan tetapi hendaklah dilakukan dengan cara gaya hidup yang berasaskan kepada amalan yang baik (Widyaningsih *et al*, 2005).

Berhubung dengan perkara tersebut, pada asasnya Islam mempunyai tiga elemen asas penting yang menjadi petunjuk dalam melakukan berbagai aktiviti. Ketiga-tiga elemen asas tersebut tidak terpisahkan iaitu akidah, syariah dan akhlak (Syed Mohd.Ghazali Wafa *et al*, 2005). Gaya hidup seorang pengguna Muslim pula adalah cara bertindak dalam memenuhi keperluan hidupnya dengan pertimbangan, berbelanja mengikut kemampuan bukan perasaan, berbelanja di jalan Allah SWT, menjauhi tabiat membazir, tidak terlalu bermewah, produk dan perkhidmatan yang dibeli adalah barangan keperluan yang selari dengan syariah Islam iaitu baik, suci dan halal (Ahmad Umar Hasyim, 2004; Afzal-Ur-Rahman, 1991).

Daripada beberapa pandangan tersebut yang berasaskan kepada gaya hidup pengguna dan gaya hidup pengguna Muslim, gaya hidup yang dimaksudkan dalam kajian ini adalah keseluruhan gaya hidup pengguna Muslim dalam menggunakan wang dan masa untuk melakukan aktiviti, mempamerkan minatnya dan menyatakan pendapatnya ketika menggunakan produk dan perkhidmatan sesuai prinsip akidah, syariah dan akhlak iaitu berbelanja di jalan Allah SWT, tidak membazir, tidak

bermewah, pemilihan produk dan perkhidmatan yang baik, suci dan halal serta terhindar daripada riba.

#### **1.6.4 Persepsi**

Persepsi mempamerkan wujud, fikiran terhadap sesuatu, bayangan, gambaran atau tanggapan dalam hati menerusi pancaindera (Kamus Dewan Bahasa, 2000). Robbins (2008) menyatakan persepsi adalah sebagai suatu proses ketika seseorang melakukan dan mengatur sesuatu tafsiran mengenai gelagat seseorang dan perasaan pancaindera seseorang yang menggambarkan persekitaran mereka. Gelagat seorang penggunaberasaskan pandangan mereka mengenai realiti tidak kepada pernyataan. Robbins (2008) turut menyatakan persepsi dipengaruhi oleh tiga faktor utama yang dapat membentuk persepsi. Pertama, faktor dalaman iaitu mentafsirkan apa yang dilihatnya. Kedua, faktor sasaran adalah sifat sasaran yang akan dilakukan pemerhatian sehingga boleh membawa kesan kepada sesuatu yang dipersepsikan. Ketiga, ialah faktor sifat keadaan yang boleh memberi kesan kepadapemerhatian dan persepsi iaitu masa, suasana kerja dan pekerjaan serta persekitaran sosial.

Oleh itu, persepsi diertikan sebagai sikap, pendapat yang disampaikan oleh seseorang dan memberi kesan kepada penentuan sikap akhirnya. Melalui tahap proses pembentukan persepsi seseorang akan menghasilkan keputusan yang berkaitansesuatu fenomena, ini ertinya memberikan makna kepada perkara-perkara yang berlaku. Dalam kajian ini, persepsi diertikan berasaskan kepada cara berfikir, cara bersikap dan cara bertindak yang berdasarkan suatu pemahaman mereka sebagai pengguna terhadap gaya hidup pengguna Muslim perbankan syariah.